

テクニカルシヨウヨコハマ2022
出展者セミナー

技術一筋企業のための BtoC事業の作り方

元気マーケティング株式会社

元気マーケティング株式会社



代表 小田敏之

1993年 日本電気入社

商品企画、事業戦略に従事

2019年に元気マーケティング社を創業

クライアント企業様の強み本質と、消費者マインドを
結びつけることを得意とする。

関東経済産業局マネジメントメンター登録

ミラサポ登録派遣専門家(現、中小企業119)

首都圏を中心に群馬、静岡の企業様もご支援。

金属加工業、プラスチック成型業、木材加工業等の製造業、
サービス業、小売業の企業様をご支援。

本動画の効果

まだBtoC事業を
本格始動していない
企業様

BtoC事業の本質を知り、
本業の売上拡大へ

既にBtoC向け製品を
作ったが思うような
結果が出ていない企業様

不調原因を理解し、
挽回策を確認

BtoC事業取り組みのメリット

BtoC事業に取り組むきっかけ

- 本業の売上低下補填
- 新たな利益の柱作り
- 社員のやる気向上

これだけでは勿体ない・・・

BtoC事業取り組みの本当のメリット

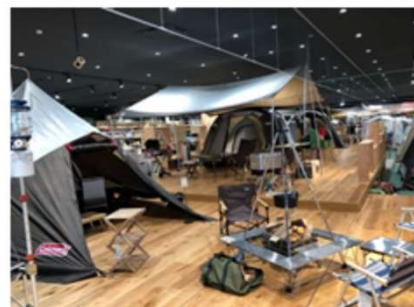
戦略を描いた上で取り組みれば

- ・ 本業の売上伸長
- ・ 良質な人材獲得
- ・ 価格競争からの脱却
- ・ 地域内業界リーダー

これらのメリットを常に意識して進めることが重要

技術一筋企業と熱血経営者が陥る罠

ありがちな導入時の思考

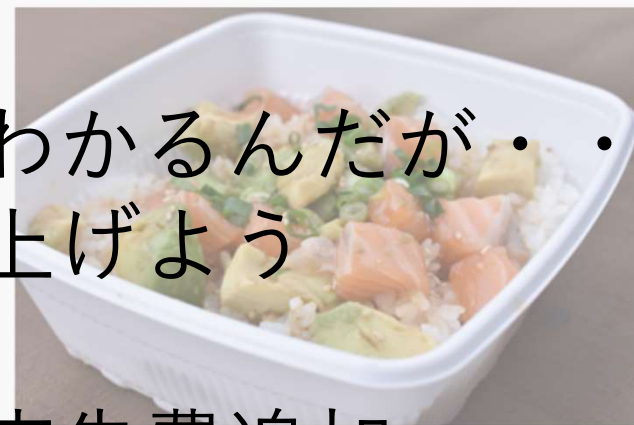


- 現有設備で作れるものはないか
- ウチの方が安く作れる
- つべこべ言わず、まずは試作しよう
- 売り方は専門家に聞けばいい
- 初年度売上目標は〇〇百万円だ

芳しくない結果に



- 反応が無い
- 使えばわかる、食べればわかるんだが
- インスタでフォロワー数上げよう
- HPを新調しよう
- 商品には自信があるので広告費追加



こうならないためのポイントをお伝えします

新事業成功のポイント

新事業成功のポイント1

最初に売る相手は、顔の見える人



~~ホームページ~~

~~SNS~~

新事業成功のポイント2

商品への熱い思い、開発背景を語れるか



新事業成功のポイント3

一押し商品に一点集中



一押し商品

欲張ってラインナップを広げない

新事業成功のポイント4

場当たりではなくシナリオを作る

質の高い人材に
育ち、集まる

人材

事業

社会

地域社会から
求められる企業に

- ・ 検証して続ける
- ・ 時代変わっても再現可能

ワンポイントアドバイス

ポイント1~4の順番を守る

ポイント
1

ポイント
2

ポイント
3

ポイント
4

設計、モノ作りはこれ以降

ワンポイントアドバイス

企画

演出

脚本

無いからあきらめる・・・ではなく

今から「作る」

一気通貫の舞台を作る

まとめ

- ・ BtoC事業のメリット再確認
- ・ つまずいても挽回可能